

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

(повне найменування закладу вищої освіти)

економічний факультет

(назва інституту/факультету)

Кафедра **економічної теорії, менеджменту і адміністрування**

(назва кафедри)

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

«КРОС-КУЛЬТУРНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

(вказати назву навчальної дисципліни (іноземною, якщо дисципліна викладається іноземною мовою))

вибіркова

(вказати: обов'язкова, чи вибіркова)

Освітньо-професійна програма **«Менеджмент організацій і адміністрування»**

(назва програми)

Спеціальність **073 – Менеджмент**

(вказати: код, назва)

Галузь знань **07 – Управління та адміністрування**

(вказати: шифр, назва)

Рівень вищої освіти **перший (бакалаврський)**

(вказати: перший (бакалаврський) / другий (магістерський) / третій (освітньо-науковий))

економічний факультет

(назва факультету/інституту, на якому здійснюється підготовка фахівців за вказаною освітньо-професійною програмою)

Мова навчання **українська**

(вказати: на яких мовах читається дисципліна)

Розробник: **кандидат економічних наук, асистент**

Лусте Олена Олегівна

(вказати авторів (викладач (ів)), їхні посади, наукові ступені, вчені звання)

Профайл викладача:

Лусте О.О. <http://econom.chnu.edu.ua/kafedry-ekonomichnogo-fakultetu/kafedra-menedzhmentu-ekonomichnoyi-teo/kolektyv-kafedry/luste-olena-olegivna>

Контактний тел.

0958511626

E-mail:

o.luste@chnu.edu.ua

Сторінка курсу в Moodle:

Консультації

Очні консультації: за попередньою домовленістю.

Онлайн-консультації: понеділок з 15.00 до 16.00.

1. Анотація дисципліни (призначення навчальної дисципліни)

«Крос-культурний менеджмент» викладається у 3 семестрі (ґрунтується на знаннях, здобутих студентами у ході вивчення більшості дисциплін, що належать як до обов'язкової, та і до вибіркової компонент ОП). Курс забезпечує формування теоретичних знань і практичних навичок з питань управління змінами, методів аналізу ресурсів і компетенцій пристратегічному управлінню бізнесом; набутті практичних навичок аналізу і розвитку організаційної структури та культури підприємств, вмінні впливати на агентів стратегічних змін.

2. Мета навчальної дисципліни:

Мета навчальної дисципліни «Крос-культурний менеджмент» - формування системи знань та практичних навичок формування у майбутніх маркетологів системи теоретичних знань і практичних навичок щодо особливостей та потреб споживачів, що належать до різних культур, а також суб'єктивної складової культури (міфи, традиції, звичаї, звички й цінності), що впливає на їх поведінку, що дозволить майбутнім фахівцям відповідним чином змінити стратегії бізнесу й участі в стратегічних партнерствах різних типів і різновидів.

Переваги вивчення курсу «Крос-культурний менеджмент» полягають у формуванні студентів професійних компетенцій, які дозволять:

- визначити зміст сучасних теорій крос-культурного менеджменту;
- вивчити методи прийняття стратегічних рішень в умовах кроскультурного середовища; - класифікації національних ділових культур та їх виміри;
- застосовувати теорії крос-культурного менеджменту для аналізу ситуацій, що виникають;
- враховувати кроскультурний аспект при здійсненні ділового співробітництва з іноземними бізнеспартнерами;
- визначати види національних ділових культур та враховувати їх особливості для підвищення ефективності організації в умовах глобалізації економіки;
- створювати організаційну структуру у відповідності зі стратегією;
- формувати ефективну корпоративну культуру, яка б сприяла досягненню завдань фірмою;
- правильно формувати команди по проведенню стратегічних змін

3. Пререквізити.

«Економічна теорія», «Підприємництво і бізнес-культура», «Менеджмент».

4. Результати навчання.

Відповідно до освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 073 «Менеджмент» (освітня програма «Менеджмент організацій і адміністрування») вивчення дисципліни сприяє формуванню таких компетентностей та програмних результатів навчання

Загальні та спеціальні компетенції:

ЗК 8. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК 13. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності.

ЗК 14. Здатність працювати у міжнародному контексті.

СК 5. Здатність управляти організацією та її підрозділами через реалізацію функцій менеджменту.

СК 11. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління.

СК 14. Розуміти принципи психології та використовувати їх у професійній діяльності.

СК*18. Здатність підтримувати високий рівень організаційної культури та надійну репутацію організації в ринковому середовищі

Програмні результати навчання:

ПРН 9. Демонструвати навички взаємодії, лідерства, командної роботи.

ПРН 10. Мати навички обґрунтування дієвих інструментів мотивування персоналу організації.

ПРН 11. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації.

ПРН 15. Демонструвати здатність діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних міркувань (мотивів), повагу до різноманітності та міжкультурності.

5. Опис навчальної дисципліни

5.1. Загальна інформація

Форма навчання	Рік навчання	Семестр	Кількість		Кількість годин						Вид підсумкового контролю
			кредитів	годин	лекції	практичні	семінарські	лабораторні	Самостійна робота	Індивідуальні завдання	
Денна	4	7	4	120	15		30		75		залік
Заочна	4	7	4	120	8		4		108		залік

5.2. Дидактична карта навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і теми лекційних занять	Кількість годин												
	Денна форма						Заочна форма						
	усього	у тому числі					усього	у тому числі					
		л	п	л а б	ін д	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
Змістовий модуль 1. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЙ КРОС-КУЛЬТУРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ													
Тема 1. Архетипи та «обличчя» брендів на національному та міжнародних ринках	13	1	2	-	-	10	16	1	1	-	-	14	
Тема 2. Врахування психологічних та культурних особливостей при дослідженні споживачів	16	2	4	-	-	10	16	1	1	-	-	14	
Тема 3. Управління комунікаційною стратегією брендів у крос-культурному середовищі	16	2	4	-	-	10	15	1		-	-	14	

Тема 4. Розробка та управління креативною стратегією брендів. Культурні відмінності усприйнятті рекламних стратегій урізних країнах.	11	2	4	-	-	5	15	1		-	-	14
Разом за змістовим модулем 1	56	7	14	-	-	35	62	4	2	-	-	56
Змістовий модуль 2. СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ СКЛАДОВІ СТРАТЕГІЙ КРОС-КУЛЬТУРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ												
Тема 5. Індивідуальний імідж та репутаційний менеджмент у крос-культурному середовищі	16	2	4	-	-	10	16	1	1	-	-	14
Тема 6. Управління мульти-культурними командами	16	2	4	-	-	10	14	1	1	-	-	12
Тема 7. Тактики та стратегії проведення ділових переговорів	16	2	4	-	-	10	15	1		-	-	14
Тема 8. Лідерство та емоційний інтелект	16	2	4	-	-	10	13	1		-	-	12
Разом за змістовим модулем 2	64	8	16	-	-	40		4	2	-	-	52
Усього годин	120	15	30	-	-	75		8	4			108

5.3. Зміст завдань для самостійної роботи

Самостійна робота здобувачів з дисципліни «Крос-культурний менеджмент» направлена на узагальнення, засвоєння та закріплення знань по кожній темі. Вона включає наступні види робіт: опрацювання лекційного матеріалу, рекомендованої літератури, підготовку до практичних занять, розгляд питань, які виносилися на самостійне опрацювання, а також виконання індивідуального завдання у вигляді доповіді або есе та презентації результатів виконаного завдання.

№	Назва теми
1.	<p>Тема 1. Архетипи та «обличчя» брендів на національному та міжнародних ринках</p> <p>1. Сутність терміну «бренд» та «брендинг». Еволюція розвитку та становлення брендингу в світі.</p> <p>2. Етапи розвитку брендингу. Бренд як дворівнева система.</p> <p>3. Чотири рівні якості бренду. Відмінність між брендом, торговою маркою та товарним знаком.</p> <p>4. Риси та переваги глобальних брендів. Риси та переваги локальних брендів. Конкурентні переваги бренду.</p>
2.	<p>Тема 2. Врахування психологічних та культурних особливостей при дослідження споживачів</p> <p>1. Завдання та методологія крос-культурного аналізу споживачів.</p> <p>2. Крос-культурний аналіз комунікацій з урахуванням національно-культурних і правових чинників.</p> <p>3. Порівняльна характеристика ділових культур, споживачів і особливостей комунікацій в країнах Пн.Америци, Пд.Америци, Азії, Європи та України</p>

3.	<p align="center">Тема 3. Управління комунікаційною стратегією брендів у крос-культурному середовищі</p> <ol style="list-style-type: none"> Архітектоніка бізнес-середовища організації: її національні відмінності та роль крос-культурних комунікацій. Об'єктивні передумови формування крос-культурних комунікацій. Крос-культурні комунікації в бізнесі: елементи та функції. Класифікація крос-культурних підприємницьких комунікацій та їх методи.
4.	<p align="center">Тема 4. Розробка та управління креативною стратегією брендів. Культурні відмінності у сприйнятті рекламних стратегій у різних країнах.</p> <ol style="list-style-type: none"> Модель культури за методом Е. Холла. Порівняльний аналіз світових ділових культур за моделлю Ф. Тромпенаарса. Ціннісна орієнтації культур за моделлю Г. Хофстеде. Кластеризація світових ділових культур і національні відмінності крос-культурних комунікацій.
5.	<p align="center">Тема 5. Індивідуальний імідж та репутаційний менеджмент у крос-культурному середовищі</p> <ol style="list-style-type: none"> Крос-культурна еволюція корпоративних культур і формування корпоративного іміджу. Корпоративна (організаційна) культура, її зміст і функції. Класифікації корпоративної культури. Корпоративний імідж, етапи та технології його формування.
6.	<p align="center">Тема 6. Управління мультикультурними командами</p> <ol style="list-style-type: none"> Менеджмент та культурні цінності. Культурні розходження та стилі управління. Переконання як причини потенційних проблем у роботі. Культурні параметри виробничих відносин. Реакції різних культур на встановлені твердження.
7.	<p align="center">Тема 7. Тактики та стратегії проведення ділових переговорів</p> <ol style="list-style-type: none"> Порівняльний аналіз ділового етикету в різних державах. Виявлення можливих перешкод при проведенні переговорів та їх усунення. Розробка плану ведення комерційних переговорів. Алгоритм проведення комерційних переговорів. Ділова зустріч. Алгоритм проведення ділової зустрічі. Ділова нарада та організація її проведення. Протокол наради. Аналіз результатів проведення ділових переговорів.
8.	<p align="center">Тема 8. Лідерство та емоційний інтелект</p> <ol style="list-style-type: none"> Значення лідерства в організаціях. Діловий протокол: крос-культурний аспект. Лідерство з точки зору крос-культурного менеджменту. Основні теорії лідерства: ситуаційний прояв у різних культурах. Лідерство та прийняття рішень крізь горизонти культур. Національні стилі лідерства. Коригування політики компанії з урахуванням крос-культурних відмінностей. Крос-культурні особливості реалізації міжнародних проектів.

6. Освітні технології, методи навчання і викладання навчальної дисципліни

Освітні технології, що використовуються для викладання курсу

- Лекції, під час яких розкриваються основні теоретичні концепції та принципи організаційного проектування з використанням презентацій та інших візуальних засобів для кращого засвоєння матеріалу.

- Групові та індивідуальні завдання з аналізу реальних економічних ситуацій, підприємств та організацій, що сприяють розвитку навичок командної роботи та співпраці та навчають застосувати отримані знання у практичних ситуаціях.

- Кейси - детальний аналіз реальних бізнес-ситуацій, які вимагають креативного мислення та прийняття рішень. Викладач використовує кейси з різних галузей бізнесу, де студентам слід дати відповіді на питання до кейсу та/або виконати відповідні завдання.

4. Використання таких технологій, як онлайн-курси, неформальні бізнес-курси, що сприяють підтримці навчання. Вони дозволяють студентам мати доступ до матеріалів у будь-який час, виконувати завдання та поглиблювати свої знання.

Під час навчальних занять використовуються **традиційні та інтерактивні методи навчання:**

- МН 1 – лекція-візуалізація;
- МН 2 – проблемна лекція;
- МН 4 – семінар-дискусія;
- МН 5 – семінар-діалог;
- МН 6 – виконання індивідуальних науково-дослідних завдань;
- МН 7 – аналіз і рішення ситуативних професійних завдань (Case study);
- МН 9 – робота в групах;
- МН 10 – проектна діяльність з використанням мультимедіа;
- МН 11 – ділові ігри;
- МН 12 – дистанційне навчання з використанням відповідних онлайн-платформ.

7. Контроль та оцінювання результатів навчальних досягнень студентів з навчальної дисципліни

Форми та методи оцінювання

- МО 1. фронтальне опитування,
- МО 2. індивідуальне опитування,
- МО 3. презентація результатів виконання індивідуальних завдань (творчих, розрахункових, аналітичних),
- МО 4. презентація результатів виконання командних завдань
- МО 5. захист бізнес-кейсів, проектів
- МО 6. ділові ігри
- МО 10. розв'язування практичних ситуацій,
- МО 13. модульні контрольні роботи
- МО 14. підсумковий контроль – залік
-

Політика щодо дедлайнів та перескладання: Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-10 балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

Політика щодо академічної доброчесності: Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів).

Політика щодо відвідування: Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.

Політика щодо визнання результатів здобутих шляхом неформальної освіти: Відповідно до

«Положення про взаємодію формальної та неформальної освіти, визнання результатів навчання (здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти, в системі формальної освіти) у Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича (протокол No109 від 28 березня 2022 року) (<https://www.chnu.edu.ua/media/3aykf41y/polozhennia-pro-vzaiemodiiu-formalnoi-ta-neformalnoi-osvity.pdf>) допускається зарахування практичних занять, навчальних елементів та отримання додаткових балів (додатково 10 балів до підсумкової оцінки) при наявності сертифіката (свідчення, тощо) отриманого здобувачем у неформальній освіті (курси, тренінги) з вивчення тем охоплених змістовим наповнення курсу.

Проведення підсумкового контролю здійснюється у формі заліку в обсязі навчального

матеріалу, визначеного навчальною програмою дисципліни і в терміни, передбачені графіком навчального процесу. Загальна підсумкова оцінка з дисципліни (максимум 100 балів) визначається як сума балів поточного і модульного контролю та результатів заліку (як можливість отримання додаткових балів, якщо набрані протягом семестру бали не влаштовують студентів). У випадку отримання менше 50 балів за результатами загального підсумкового контролю, студент обов'язково здійснює перескладання для ліквідації академічної заборгованості.

Критерії оцінювання результатів навчання з навчальної дисципліни

Критерієм успішного проходження здобувачем освіти підсумкового оцінювання може бути досягнення ним мінімальних порогових рівнів оцінок за кожним запланованим результатом навчання навчальної дисципліни.

Оцінювання знань студента під час практичних занять та виконання індивідуальних завдань проводиться за такими критеріями:

- розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології курсу для розв'язання проблем, що розглядаються;
- ступінь засвоєння фактичного матеріалу навчальної дисципліни;
- ознайомлення з рекомендованою літературою, а також із сучасною літературою з питань, що розглядаються;
- вміння поєднувати теорію з практикою при розгляді практичних ситуацій;
- застосування аналітичних підходів;
- здатність проводити критичну та незалежну оцінку певних проблемних питань, бачити слабкі й сильні сторони організації, обґрунтовувати можливості і загрози, що існують у зовнішньому середовищі організації;
- якість і чіткість викладення міркувань.

8. Рекомендована література

8.1. Основна:

1. David C. Thomas, Mark F. Peterson. Cross-Cultural Management: Essential Concepts. 4-th Edition. 2017. 336 p.
2. Jean-François Chanlat, Eduardo Davel, Jean-Pierre Dupuis. Cross-Cultural Management: Culture and Management across the World. 2014. 312 p.
3. Kenneth D. Keith. Cross-Cultural Psychology: Contemporary Themes and Perspectives. 2nd Edition. 2019. 752 p.
4. Капліна А. І. Крос-культурний менеджмент як інструмент організації крос- культурної взаємодії. АГРОСВІТ. 2020. № 21. С. 49-52.
5. Капліна А., Кириченко Н. Крос-культурні аспекти управління персоналом. Ефективна економіка. 2020. Вип. 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8258>
6. Годорова Н.Ю. Кроскультурний менеджмент: Навчальний посібник. 2009. 330 с.
7. Хмара М.П., Пилипенко Б.Г. Крос-культурний менеджмент міжнародних корпорацій. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2020 р. № 6(117). С. 20–28.

8.2. Допоміжна:

1. Ayub Khan M., Ebner N. The Palgrave Handbook of Cross-Cultural Business Negotiation. 1st ed. 2019. 733 p.
2. Gruntkovsky V., Luste O. Brand management as a component of the modern organization's competitiveness. Наука і техніка сьогодні. 2023, № 3(17). С. 84-96. <http://perspectives.pp.ua/index.php/nts/article/view/4121/4143>
3. Hoffman M. Advances in Cross-Cultural Decision Making. 2019. 273 p.
4. Pei-Luen Patrick Rau. Cross-Cultural Design Methods, Tools, and Users. 2019. 475 p.
5. Азарова Ю. Мультикультуралізм і сучасні моделі міжкультурної комунікації. Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Серія: Культурологія. 2016. Вип. 17. С. 13- 19.
6. Антохов А.А., Клевчик Л.Л., Лусте О.О. Соціально-психологічні чинники ефективності системи менеджменту організації. *Економічний простір*. 2022, № 180. С. 134 – 138.

<http://www.prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/1125/1084>

7. Костенко Д.В. Міжкультурна комунікація у сучасному світі. Педагогічна освіта: теорія і практика. Психологія. Педагогіка : збірник наукових праць. 2019. № 30. С. 81–85.

8. Лусте О.О. Управління комунікаційною стратегією бренда як складової конкурентоспроможності сучасної організації. *Modern research in world science: proceedings of X International Scientific and Practical Conference (25-27 December)*. Lviv, Ukraine. 2022. pp.1087-1093.

9. Саваріна І.П. Теоретичні аспекти крос-культурного менеджменту. Приазовський економічний вісник. 2018. Вип. 6(11). С. 24-26.

8.3. Інтернет-джерела:

1. Business communication in Italy: get your message across. URL: <https://www.italianbusinessstips.com/business-com-munication-italy-get-message-across/>

2. Business Communication in the UK. URL: <https://businessculture.org/northern-europe/https-businessculture-org-northerneurope-uk-business-culture-uk-arts-in-london/business-communication/>

3. Business communications in Poland. URL: <https://businessculture.org/eastern-europe/poland/businesscommunication/>

4. Business culture in India // UK India Business Council. 2019. URL: <https://businessculture.org/indian-business-culture/businesscommunication>